

## WISSENSCHAFTLICHE BEFUNDE - FOKUS «ALKOHOL»

Das bestehende Alkoholprogramm von feel-ok.ch wird aufgrund folgender Erkenntnisse der wissenschaftlichen Literatur erweitert.

The screenshot shows the feel-ok.ch website interface. At the top, there is a navigation bar with 'JUGENDLICHE', 'LEHRPERSONEN UND MULTIPLIKATOREN', and 'PARTNER'. Below this is a search bar and a row of icons representing different topics like alcohol, drugs, and health. The main content area is divided into sections: 'DEIN THEMA? HIER CHECKEN' with three featured articles: 'FÜR TEMPO-LESER' (about alcohol effects), 'VIDEOCLIPS' (about alcohol clips), and 'ALKOHOL-CHECK-TEST' (a quiz). To the right is an 'AKTUELL' section with 'GAME DARTFIT' and 'TIPPS MOBBING IM CYBERSPACE?'. Below these is a 'WO STEHST DU?' section with three articles: 'KEINE LUST', 'NEUGIER', and 'AB UND ZU'.

### Auswirkungen des Alkoholkonsums

Jugendliche sind in der Regel leichter als Erwachsene. Der Alkohol verteilt sich damit auf eine kleinere Menge Körperwasser, die Blutalkoholkonzentration ist höher. Die Enzyme, die den Alkohol in der Leber abbauen, sind bei Jugendlichen in geringerer Menge vorhanden als bei Erwachsenen. Jugendliche vertragen deswegen Alkohol weniger gut als Erwachsene und sind zudem seinen schädlichen Einflüssen stärker ausgesetzt.

Alkoholkonsum im Jugendalter kann körperliche Entwicklungsprozesse wie das Knochenwachstum beeinträchtigen. Der chronische oder akute Alkoholkonsum kann dabei die Konzentration des Wachstumshormons, das für die Knochen- und Muskelentwicklung wichtig ist, senken. Unter Umständen kann er auch die Körpergrösse beeinflussen.

Neuere Erkenntnisse der Neurowissenschaft und Kinderpsychiatrie weisen darauf hin, dass die Gehirnentwicklung erst nach dem 20. Lebensjahr vollständig abgeschlossen ist. Dies ist vermutlich ein Grund dafür, dass das Gehirn von Jugendlichen für alkoholbedingte Schäden

---

anfälliger ist. In Untersuchungen konnten Effekte von Alkohol auf das Gehirn im Bereich der Lernfähigkeit und der Entscheidungsfindung nachgewiesen werden.

Den Jugendlichen fehlt meist die Erfahrung, wie viel Alkohol sie vertragen. Wenn sie sich betrinken, verlieren sie die Kontrolle über den Konsum und es kann zu gefährlichen Alkoholvergiftungen kommen. Je jünger Jugendliche mit dem Konsum von Alkohol beginnen, desto grösser ist die Wahrscheinlichkeit, später eine Alkoholabhängigkeit zu entwickeln.

Jugendliche müssen zahlreiche Entwicklungsaufgaben bewältigen. Die Berufswahl und der Abschluss einer Ausbildung sind für das weitere Leben sehr wichtig. Übermässiger Alkoholkonsum kann dazu führen, dass solche Entwicklungsaufgaben vernachlässigt werden.

### **Auswirkungen aufgrund vom Blutalkoholwert**

Ab einem Blutalkoholwert von 0,5‰ wird die Stimmung euphorisch, man wird mitteilnehmend und hat einen starken Rededrang. Es setzen bereits leichte Koordinationsstörungen ein, die mit zunehmendem Blutalkoholwert in starke Gleichgewichtsstörungen übergehen. Je mehr Alkohol man zu sich nimmt, desto mehr fallen die Hemmungen, man ist zunehmend rücksichtslos und überschätzt sich selbst.

Vom Rauschstadium spricht man ab einem Blutalkoholwert von etwa 1 bis 2‰. Funktionen wie die Reaktionsfähigkeit und das Gleichgewicht sind bereits stark beeinträchtigt, Emotionen und Verhalten verändern sich. Man wird zunehmend verwirrt und verliert die Orientierung. Es setzen Stimmungsschwankungen und Schläfrigkeit ein.

Grössere Mengen Alkohol führen zu Übelkeit und Erbrechen. Im Betäubungsstadium mit etwa 2 bis 3‰ sind die Störungen der allgemeinen Funktionen sehr ausgeprägt. Ein Reaktionsvermögen zum Beispiel ist kaum noch vorhanden.

Ab einem Blutalkoholwert von 3‰ kann eine erwachsene Person bewusstlos werden und ins Koma fallen. Die Körpertemperatur ist dann bereits deutlich gesunken, die Atmung schwach, und es kann zu Atemnot bis hin zu Atemlähmung kommen, was tödliche Folgen haben kann.

**Für Kinder und Jugendliche sind schon geringere  
Blutalkoholkonzentrationen lebensgefährlich.**

---

## **Chronischer Alkoholkonsum**

Die Gefahr gesundheitlicher Risiken durch chronischen Alkoholkonsum liegt in den Augen der Jugendlichen meist in weiter Ferne. Es ist dennoch wichtig, sie über diese Risiken zu informieren und ihnen aufzuzeigen, in welchem Zusammenhang ihr Alkoholkonsum mit diesen Risiken stehen kann. Denn viele Menschen, die unter alkoholbedingten Krankheiten leiden, haben bereits in ihrer Jugend übermässig Alkohol konsumiert.

- Durch chronischen Alkoholkonsum können schwere Organschäden entstehen. Am stärksten davon betroffen ist die Leber. Dies kann mit der Zeit zu einer Fettleber führen und später zu Gelbsucht, Leberzirrhose und Leberkrebs. Diese Leberschädigungen können bereits bei Kindern und Jugendlichen eintreten.
- Es besteht die Gefahr einer chronischen Entzündung der Bauchspeicheldrüse.
- Magenblutungen und Gewebeveränderungen können eintreten, da der Alkohol die Schleimhaut von Magen und Darm verletzen kann.
- Akuter und chronischer Alkoholkonsum können Veränderungen am Herzen zur Folge haben. Der Blutdruck wird durch Alkoholkonsum erhöht. Dadurch steigt auch das Herzinfarkttrisiko. Nur bei älteren Personen reduziert ein leichter Alkoholgenuss das Risiko eines Herzinfarkts.
- Aufmerksamkeit und Konzentrationsfähigkeit können dauerhaft beeinträchtigt werden.
- Chronischer Alkoholkonsum kann zu schweren hirnorganischen Schäden führen. Psychische Krankheiten wie Depressionen und Psychosen können eintreten.

## **Übergewicht**

Alkohol enthält 7,1 Kilokalorien pro Gramm. Diese führen zu Gewichtszunahme, sind aber „leere Kalorien“, da sie nur sehr geringe Mengen an Nährstoffen enthalten.

Ein Deziliter Rotwein (12 Volumenprozent) enthält 9,5 g Ethanol und damit ca. 67 kcal. Neben den Kalorien, die Ethanol enthält, kommt zusätzlich der Kohlenhydratgehalt der einzelnen alkoholischen Getränke hinzu. Wird Alkohol zum Essen getrunken, so wird zuerst der Alkohol abgebaut. Da Alkohol die Fettsäureverbrennung während mehreren Stunden verringert, wird die Fettdepotbildung verstärkt. Alkohol steigert damit also das Risiko, übergewichtig zu werden.

## **Verkehr**

In der Studie SMASH (2002) wurden Jugendliche und junge Erwachsene gefragt, wie oft sie betrunken ein Fahrzeug gelenkt haben. Fast jede

---

fünfte 16- bis 20-jährige junge Frau und fast jeder zweite 16- bis 20-jährige junge Mann haben dies nach eigenen Angaben schon mindestens einmal gemacht. Jeder zehnte 16- bis 20-jährige junge Mann gibt an, dies schon sehr oft getan zu haben. Bei den jungen Frauen geben dies knapp 3% an.

## Werbung

Die Unternehmen in allen Branchen wollen die Jugendlichen möglichst früh als Kunden an sich binden und entwickeln spezielle Produkte, um die Aufmerksamkeit der jungen Kundinnen und Kunden zu gewinnen.

Die Alkoholindustrie stellt hier keine Ausnahme dar, auch wenn für die Alkoholwerbung gesetzliche Einschränkungen gelten. Premix-Getränke und Alcopops sind ein gutes Beispiel dafür. Es ist deshalb ein wichtiges Ziel der Prävention, dass Jugendliche sich kritisch mit der Werbung und deren Botschaften auseinandersetzen.

Alkoholhersteller und -verkäufer haben trotz Alkoholgesetz diverse Möglichkeiten, für ihr Produkt zu werben: mit Plakatkampagnen, Zeitungsbeilagen, Werbespots im Kino oder durch die Unterstützung von Sport- oder Kulturveranstaltungen (Sponsoring). Oft werden auch mehrere dieser Werbestrategien gleichzeitig angewendet: Ein Bierkonzern zum Beispiel, der als offizieller Sponsor einer Fussballmannschaft auftritt, kann in seiner Werbekampagne Aspekte wie Kameradschaft im Sport oder das Feiern eines Sieges herausheben. Im Kino ziehen bestimmte Kassenschlager vorwiegend ein sehr junges Publikum an, ohne dass sie speziell als Jugendfilme ausgeschrieben sind. Vor den Filmen wird Alkoholwerbung gezeigt und damit werden viele Jugendliche erreicht.

Die Werbung für Getränke mit Alkoholgehalt zielt auf die Vermittlung eines bestimmten Images, wobei im Allgemeinen zwei Schwerpunkte auszumachen sind: soziale Interaktionen (Party feiern, cool sein, Freunde haben, jemanden verführen...) und Ausbruch aus dem Alltag (Abenteuer, Reisen...). Solche Themen sprechen Bedürfnisse und Wünsche an und kommen insbesondere bei den Jugendlichen sehr gut an.

Imageorientierte Werbung verharmlost das Konsumverhalten. Sie vermittelt die Vorstellung, dass die meisten Leute den Alkoholkonsum und die mit dem Rausch einhergehende Enthemmung in bestimmten Situationen - vor allem an Partys und Festen - als selbstverständlich und absolut unproblematisch betrachten. Das Produkt wird ohne Hinweis auf mögliche Risiken angepriesen. Jugendliche, die sich von der Alkoholwerbung angesprochen fühlen, erwarten vom Alkoholkonsum

---

positive Wirkungen und lassen die möglichen Risiken ausser Acht. Die Botschaften der Alkoholwerbung wirken damit als eine Art „Anti-Prävention“.

Die Analyse von Bildern und Botschaften der Werbung ermöglicht den Jugendlichen, eine distanziertere Haltung einzunehmen, und macht ihnen überdies Spass.

### **Konsummotive**

Eine Studie zum Gesundheitsverhalten von Schülerinnen und Schülern in der Schweiz (HBSC, SFA, 2006) zeigt, dass bei 15-jährigen Alkoholkonsumierenden vor allem soziale Motive und Verstärkungsmotive wichtig sind.

Mehr als die Hälfte der 15-Jährigen gab an, getrunken zu haben, um eine Party besser zu geniessen, weil es einfach Spass macht oder weil es dann lustiger wird, wenn sie mit anderen zusammen sind. Bewältigungsmotive werden dagegen weniger häufig genannt, wobei immerhin etwa 25% angeben, Alkohol (auch) zu trinken, um sich aufzumuntern, um Probleme zu vergessen oder weil er hilft, wenn sie niedergeschlagen oder gereizt sind. Eine Person kann jedoch selten klar einer bestimmten Motivgruppe zugeordnet werden. Sie hat in der Regel eine ganze Reihe von Motiven, Alkohol zu konsumieren. Je mehr unterschiedliche Motive genannt werden desto höher ist der Alkoholkonsum.

Soziale Motive kommen häufiger bei Schülern als bei Schülerinnen vor, Bewältigungsmotive häufiger bei Schülerinnen als bei Schülern. Befragungen haben gezeigt, dass Mädchen das Alkoholtrinken auch als Zeichen von Gleichberechtigung sehen können und dass bei Jungen mehr als bei Mädchen die Meinung herrscht, dass Alkoholtrinken „cool macht“ und dass als stark gilt, wer viel Alkohol verträgt.

### **Motive keinen Alkohol zu konsumieren**

Von den Gründen, die Jugendliche nennen, keinen Alkohol zu trinken wird am häufigsten genannt: „Weil es schlecht für die Gesundheit ist.“ Weitere Argumente sind: „Weil ich nicht betrunken sein möchte“, „Weil es zu teuer ist“, „Weil ich den Geschmack nicht mag“, „Weil meine Eltern es nicht gut finden oder es mir verbieten“ und „Weil ich zu jung bin“. (Befragung HBSC, SFA, 2002).

### **Empfehlungen**

Kinder und Jugendliche bis zum Alter von 16 Jahren sollten keinen Alkohol trinken. Wenn jedoch Kinder unbedingt Alkohol probieren wollen, lässt man sie besser einmal daran nippen, damit sie sich nicht dauernd Gedanken über das „verbotene Getränk“ machen.

Kinder machen zum Teil bereits mit 12 bis 13 Jahren ihre ersten Erfahrungen mit Alkohol. Man sollte diese ersten Erfahrungen nicht dramatisieren, den Konsum jedoch auch nicht verharmlosen. Vor allem ist auf die Gefahren einer Alkoholvergiftung hinzuweisen.

Bei Jugendlichen ab 14 Jahren können strikte Alkoholverbote kontraproduktiv sein: Wenn die Jugendlichen von sich aus den Wunsch äussern, bei besonderen Gelegenheiten etwas Alkohol zu trinken, ist Probieren im familiären Rahmen nicht weiter schlimm. Es muss jedoch nicht gleich ein ganzes Glas sein.

Jugendliche ab 16 Jahren und junge Erwachsene haben noch wenig Erfahrung mit Alkohol und sollten ihn deshalb mit Vorsicht geniessen.

## Quellen

Quellen und Texte von Sucht Schweiz:

- «Alkohol im Körper - Wirkung und Abbau»  
[www.sucht-info.ch/fileadmin/user\\_upload/DocUpload/alkohol\\_koerper.pdf](http://www.sucht-info.ch/fileadmin/user_upload/DocUpload/alkohol_koerper.pdf)
- «Warum konsumiert man Alkohol? Gründe und Motive»  
[www.sucht-info.ch/fileadmin/user\\_upload/DocUpload/alkohol\\_motive.pdf](http://www.sucht-info.ch/fileadmin/user_upload/DocUpload/alkohol_motive.pdf)
- «Alkohol im Strassenverkehr - Risiken erkennen und Verhalten anpassen»  
[www.sucht-info.ch/fileadmin/user\\_upload/DocUpload/alkohol\\_strass.pdf](http://www.sucht-info.ch/fileadmin/user_upload/DocUpload/alkohol_strass.pdf)
- «Alkohol und Werbung: vom Anreiz zum Konsum»  
[www.sucht-info.ch/fileadmin/user\\_upload/DocUpload/Alkohol\\_und\\_Werbung.pdf](http://www.sucht-info.ch/fileadmin/user_upload/DocUpload/Alkohol_und_Werbung.pdf)